

**PENGARUH DIMENSI KUALITAS LAYANAN
TERHADAP NIAT PEMBELIAN KEMBALI
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
PADA PENGUNJUNG POP HOTEL
DI SURABAYA**



YEREMIA CALVIN SANTOSO

3103016190

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2020

**PENGARUH DIMENSI KUALITAS LAYANAN
TERHADAP NIAT PEMBELIAN KEMBALI
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
PADA PENGUNJUNG POP HOTEL
DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen**

OLEH:

YEREMIA CALVIN SANTOSO

3103016190

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH DIMENSI KUALITAS LAYANAN
TERHADAP NIAT PEMBELIAN KEMBALI
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
PADA PENGUNJUNG POP HOTEL
DI SURABAYA**

OLEH:


YEREMIA CALVIN SANTOSO

3103016190

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik

Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Herlina Yoka Roida, S.E., M.Com., Ph.D.

NIDN. 0722027501

Tanggal: 12 Juni 2020

Pembimbing II,



Yuliasti Ika Handayani, S.E., M.M.

NIDN. 0717079004

Tanggal: 14 Juni 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Yeremia Calvin Santoso, NRP 3103016190

Telah diuji pada tanggal 15 Juli 2020, dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji



Dr. Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi MS.

NIDN. 0001065703

Mengetahui:



Dekan,

Dr. Lodovicus Lasdi, M.M., Ak., AC., CPA.

NIDN. 0713097203

Ketua Jurusan,

Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc.

NIDN. 0703087902

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas
Katolik Widya Mandala Surabaya,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yermia Calvin Santoso

NRP : 3103016190

Judul Skripsi : Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan terhadap Niat Pembelian
Kembali melalui Kepuasan Pelanggan pada Pengunjung POP
Hotel di Surabaya

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya juga menyetujui bahwa, karya tulis ini akan dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 9 Juni 2020

Yang Menyatakan


Yermia Calvin Santoso

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas kasih dan karunianya yang melimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi yang diberik judul “Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan terhadap Niat Pembelian Kembali melalui Kepuasan Pelanggan pada Pengunjung POP Hotel di Surabaya” ini penulis ajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Skripsi ini dapat selesai tidak lepas dari dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Drs. Kuncoro Foe, G.Dip.Sc., Ph.D. Selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPA. Selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE., M.M. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Dominicus Wahyu Pradana, SE., M.M. Selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Herlina Yoka Roida, SE., M.Com., Ph.D. Selaku Dosen Pembimbing I dalam skripsi ini, yang telah meluangkan waktu, tenaga, saran, bimbingan, motivasi dalam proses pengerjaan skripsi.
6. Yuliasti Ika Handayani, SE., MM. Selaku Dosen Pembimbing II dalam skripsi ini, yang telah meluangkan waktu, tenaga, saran, bimbingan, motivasi dalam proses pengerjaan skripsi.
7. Seluruh dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, khususnya dosen rumpun pemasaran, yang telah meluangkan waktu dan tenaga, dalam memberikan pembelajaran selama perkuliahan.
8. Seluruh Civitas Akademia Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yakni staff Tata Usaha Fakultas Bisnis, Perpustakaan, Laboratorium Statistik dan Bisnis, petugas kebersihan dan petugas keamanan di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yang tidak dapat disebutkan penulis satu demi persatu.
9. Teman-teman rumpun pemasaran angkatan 2016, yang telah menjadi teman seperjuangan, baik di dalam kelas, maupun dalam proses pengerjaan skripsi ini

10. Papa, Mama, Adik, Eyang Utu, Eyang Kakung, serta saudara dan keluarga besar lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang sudah mendukung secara material maupun non-material dalam proses kegiatan perkuliahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi program sarjana.
11. Semua teman, rekan, dan sahabat, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang telah berjuang bersama, selama proses perkuliahan, hingga mendukung dan menyemangati dalam proses pengerjaan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis berharap dari kekurangan dan keterbatasan yang ada, dapat dijadikan sebagai pertimbangan untuk penelitian selanjutnya. Penulis juga berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat, serta tambahan wawasan, bagi para pembaca dan semua pihak. Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih, dan mohon maaf bila ada kata yang kurang berkenan di hati.

Surabaya, 9 Juni 2020

Penulis,
Yeremia Calvin Santoso

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	8
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pemasaran Jasa.....	9
2.1.2 Kepuasan Pelanggan	14
2.1.3 Perilaku Konsumen	17
2.2 Pengembangan Hipotesis	27
2.2.1 Pengaruh <i>Tangible</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	27
2.2.2 Pengaruh <i>Reliability</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	28
2.2.3 Pengaruh <i>Responsiveness</i> terhadap Kepuasan Pelanggan....	29
2.2.4 Pengaruh <i>Assurance</i> terhadap kepuasan Pelanggan.....	29
2.2.5 Pengaruh <i>Emphaty</i> terhadap Kepuasan pelanggan.....	30
2.2.6 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Pembelian Kembali	31
2.2.7 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan serta dampaknya kepada Niat Pembelian Kembali	32
2.3 Model Penelitian	34

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian	35
3.2 Identifikasi Variabel, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	35
3.2.1 Identifikasi Variabel.....	35
3.2.2 Definisi Operasional.....	36
3.2.3 Pengukuran Variabel.....	38
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	39
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan	40
3.5.1 Populasi	40
3.5.2 Sampel.....	40
3.5.3 Teknik Penyampelan	41
3.6 Analisis Data	41
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	42
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	42
3.6.3 Uji Hipotesis.....	44

BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.1 Karakteristik Responden	47
4.2 Deskripsi Data.....	50
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	51
4.3 Hasil Analisis Data	56
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	56
1. Uji Validitas.....	56
2. Uji Reliabilitas	57
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	58
1. Uji Normalitas <i>Kolmogorov Smornov</i>	58
2. Uji Normalitas <i>Probability Plot</i>	59
3. Uji Multikolinearitas.....	60
4. Uji Heterokedastisitas <i>Glejser</i>	61
5. Uji Heterokedastisitas Grafik <i>Scatterplots</i>	62
4.3.3 Uji Hipotesis.....	63
1. Uji Koefisien Determinasi	64
2. Uji-t.....	65
3. Uji F	66
4. Analisis Jalur	67
4.4 Pembahasan.....	71
4.4.1 Pengaruh <i>Tangible</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	71

4.4.2 Pengaruh <i>Reliability</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	72
4.4.3 Pengaru <i>Responsiveness</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	73
4.4.4 Pengaruh <i>Assurance</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	74
4.4.5 Pengaruh <i>Emphaty</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	75
4.4.6 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Pembelian Kembali	76
4.4.7 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan, serta dampaknya kepada Niat Pembelian Kembali	78
BAB 5. SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN	
5.1 Simpulan	80
5.2 Keterbatasan.....	83
5.3 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	49
Tabel 4.2 Interval Rata-Rata Skor	51
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif.....	54
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	57
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov</i>	59
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolonearitas	61
Tabel 4.8 Hasil Uji Heterokedastisitas <i>Glejser</i>	62
Tabel 4.9 Uji Hipotesis dengan Regresi linear Berganda	63
Tabel 4.10 Rangkuman Hasil Hipotesis	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Statistik Kedatangan Wisatawan Mancanegara	1
Gambar 2.1 Model Penelitian	34
Gambar 3.1 Model Analisis Jalur	46
Gambar 4.1 Grafik <i>P-Plot</i>	60
Gambar 4.2 Grafik Heterokedastisitas.....	63
Gambar 4.3 Analisis Jalur.....	68

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	93
Lampiran 2 Karakteristik Responden Penelitian	99
Lampiran 3 Jawaban Responden Mengenai Persepsi Pada Variabel.....	106
Lampiran 4 Output SPSS Mengenai Karakteristik Responden	146
Lampiran 5 Output SPSS Mengenai Persepsi Responden Pada Variabel ...	148
Lampiran 6 Uji Validitas.....	150
Lampiran 7 Uji Reliabilitas.....	156
Lampiran 8 Uji Normalitas	158
Lampiran 9 Uji Multikolinieritas	159
Lampiran 10 Uji Heterokedastisitas.....	160
Lampiran 11 Uji Hipotesis Regresi Linier Berganda Dua Model	161

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah kualitas layanan, yang di dalamnya terdapat aspek *tangible* (keadaan fisik), *reliability* (keandalan layanan), *responsiveness* (ketanggapan karyawan), *assurance* (jaminan layanan), *emphaty* (kepedulian karyawan), dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan, serta dampaknya kepada niat pembelian kembali dalam industri hotel dengan karakteristik busget hotel. Objek penelitian yang digunakan adalah POP Hotel di Surabaya, yang notabene sebagai *budget hotel*, dan salah satu brand hotel yang memiliki jaringan luas di Indonesia. Penelitian ini menganalisis data dengan menggunakan analisis jalur, dan dibantu oleh metode regresi linier berganda, menggunakan bantuan aplikasi *SPSS23*. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa empat dimensi dari kualitas layanan, seperti *tangible*, *reliability*, *assurance*, dan *emphaty* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan, sedangkan *responsiveness* tidak. Lalu kepuasan pelanggan saat menginap, juga berpengaruh secara signifikan terhadap niat pembelian kembali. Selain itu, juga ditemukan bahwa melalui kualitas layanan yang baik, maka hal ini akan menjadikan pelanggan merasa puas, dan berniat untuk menginap kembali, pada saat kunjungan di masa yang akan datang.

Kata kunci: Kualitas layanan, *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, kepuasan pelanngan, niat pembelian kembali

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY DIMENSION ON
REPURCHASE INTENTION THROUGH CUSTOMER
SATISFACTION AT POP HOTEL VISITORS
IN SURABAYA**

ABSTRACT

This study aims to examine whether the quality of service, in which there are tangible aspects (physical condition, reliability (reliability of service), responsiveness (employee responsiveness), assurance (service guarantee), and empathy (employee care), and its effect on customer satisfaction, and its impact on repurchase intentions in the hotel industry with hotel budget characteristics. The object of research used is POP Hotel in Surabaya, which is actually a budget hotel, and one of the hotel brands that has a wide network in Indonesia. This study analyzed the data using path analysis, and assisted by multiple linear regression methods, using *SPSS23* application assistance. The results of this study found that four dimensions of service quality, such as tangible, reliability, assurance, and empathy have a significant effect on satisfaction, while responsiveness does not. overnight, also influential significant effect on repurchase intentions. In addition, it was also found that through a good quality of service, this will make the customer feel satisfied, and intend to stay again, during a visit in the future.

Keywords: Service quality, tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, customer satisfaction, repurchase intention